

‘Focus op technisch vlak’

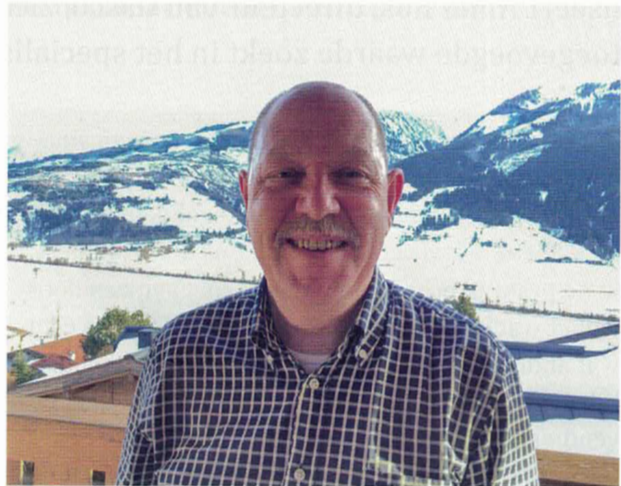
André Dunnebieer, directeur van Euro-Cold, is er duidelijk over: Euro-Cold slikt niet alles voor zoete koek. “Wij vinden het belangrijk om zelf het één en ander uiterst kritisch te analyseren, zodat we vervolgens de installateurs van goed onderbouwde adviezen kunnen voorzien.”

De markt wordt steeds meer gestuurd door milieuvorschriften en regelgeving, merkt Dunnebieer op. “Dat zie je bijvoorbeeld aan de koudemiddelen R404A en R507. Binnen een paar jaar zijn deze middelen voor nieuwe installaties praktisch geheel van de markt verdwenen.” Daar staat tegenover dat er regelmatig nieuwe koudemiddelen op de markt verschijnen. “Elke keer zijn die nieuwe middelen zogenaamd energetisch nog gunstiger dan alle andere tot nu toe toegepaste koudemiddelen. Maar als je al het beweerd kritiekloos voor waar aanneemt, kun je beter in sprookjes gaan geloven. Wij vinden het daarom belangrijk om zelf het een en ander uiterst kritisch te analyseren. Op basis daarvan kunnen we de installateurs van goed onderbouwde adviezen voorzien”, aldus Dunnebieer. De focus van Euro-Cold ligt volgens hem al sinds de oprichting van het bedrijf op duurzame samenwerking met (vaste) fabrikanten en koeltechnische installateurs. “Wij brengen niet alleen de producten van de fabrikant op de markt, maar zeker ook de vraag en ervaring van de markt terug naar de fabrikant.”

Magneetkleppen

In het assortiment van Euro-Cold wordt bewust en weloverwogen gekozen voor één fabrikant bij één productgroep. Dunnebieer: “Wij verkopen in tegenstelling tot de meeste groothandelsfirma’s bijvoorbeeld niet drie merken magneetkleppen en twee merken compressoren. Specialisme is altijd al de grondslag van ons succes geweest, dat is ook de reputatie die we in de markt hebben. Daar blijven we dagelijks aan werken.” Waar het gaat om de conventionele producten in het assortiment, komt het voor dat deze in de ogen

‘Als je al het beweerd kritiekloos voor waar aanneemt, kun je beter in sprookjes gaan geloven’



van de specialist tekort schieten. “In dat geval streven we samen met de fabrikanten - en met de meeste werken we al jaren samen - naar verbetering. Als dat om wat voor reden dan ook niet lukt, ontwikkelen we zelf een nieuw product”, vertelt Dunnebieer.

Capillaire leidingen

Voorbeelden daarvan heeft hij te over. “Het meest recente voorbeeld dat ik kan noemen, is het eigen ontwerp van onze GeAn-Bock luchtgekoelde aggregaten. Maar al veel eerder hebben we ingespeeld op het verbod op het gebruik van koperen capillaire leidingen, door ons eigen alternatief te ontwikkelen. Dat is een kunststofleiding met de daarbij behorende koppelingen en gereedschappen. We brachten hem onder de handelsnaam Reflex op de markt. Inmiddels is Reflex internationaal bekend en wordt dit product door ons andere bedrijf, Reflex International, wereldwijd via veel dealers verkocht.” Als Dunnebieer naar de markt kijkt, ziet hij voor zijn eigen bedrijf veel kansen in eigen doorontwikkeling. “De markt is sterk in beweging, en daarbij ligt voor ons de focus op het technisch vlak. Daar hebben we sinds de oprichting van ons bedrijf in 1990 altijd op onze eigen wijze op ingespeeld. Dat is geen strategische keuze, maar een overtuiging.” ■

www.eurocold.nl